



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

STRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGAN WADIAH PERMATA PADA BMT PERMATA INDONESIA KOTA PEKANBARU

LAPORAN AKHIR

Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat Guna Memperoleh
Gelar Ahli Madya (A.Md) Prodi Perbankan Syariah



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Oleh:

M. YATIL WADA'I
NIM. 01720615200

PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU
1442 H/2020 M



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN

Laporan akhir ini dengan judul *SRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGA WADIAH PERMATA PADA BMT PERMATA INDONESIA KOTA PEKANBARU*, yang ditulis oleh:

Nama : M. YATIL WADA'T

NIM : 01720615200

Program Studi : D3 Perbankan Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 03 Rabiul Awal 1442 H
20 Oktober 2020 M
Pembimbing Laporan Akhir

AFDHOL RINALDI, SE, M.Ec
NIP.19790604201411001

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “STRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGAN WADIAH PERMATA PADA BMT PERMATA INDONESIA KOTA PEKANBARU” yang ditulis oleh :

Nama : M. YATIL WADA'I
NIM : 01720615200
Program Studi : Ilmu Hukum

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari / Tanggal : Kamis, 19 November 2020
Waktu : 13.00 Wib
Tempat : Sidang Online

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, Desember 2020

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. H. Zainal Arifin, M.Ag

.....

Sekretaris

Dra. Nurlaili, M.Si

.....

Penguji I

Dr. Nurnasrina, SE., M.Si

.....

Penguji II

Hairul Amri, M.Ag

.....

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag

NIP. 19580712 196803 1 005



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

M. Yatil Wada'i (2020): Strategi Promosi Produk Tabungan Wadiah Permata Pada BMT Permata Indonesia kota Peanbaru

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi strategi promosi produk tabungan *wadi'ah* permata pada BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru serta apa saja hambatan dari implementasi strategi promosi produk tabungan *wadi'ah* permata pada BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru.

Penelitian ini dilakukan di BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru. Pada penelitian ini memiliki populasi yang berjumlah 1 orang pimpinan, dan 6 staff karyawan pada BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru maka diambil sampel sebanyak 3 orang. Dalam pengambilan sampel penulis menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dan sumber data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder dan metode pengumpulan data menggunakan obeservasi dan wawancara.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru dalam perencanaan dan implementasi strategi promosi produk tabungan *wadi'ah* dengan lima jenis promosi yang biasa disebut bauran promosi yaitu iklan (*addvertising*), penjualan tatap muka (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat dan publisitas (*publiscity and public relation*), serta pemasaran langsung (*direct marketing*). Hambatan dari implementasi strategi promosi produk tabungan *wadi'ah* permata yaitu kurangnya pemahaman masyarakat terhadap prinsi-prinsip syariah, terutama yang digunakan pada produk *wadi'ah* serta tidak semua calon nasabah merespon dengan baik saat marketing memasarkan produk *wadiah*.

Kata kunci : Promosi, Tabungan, *Wadi'ah*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, penulis menyampaikan segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya kepada kita semua. Penulis menghaturkan shalawat serta salam kepada Nabi dan Rasul Muhammad SAW, beserta segenap keluarga, sahabat dan bahkan umat-Nya, Insya Allah dan mudah-mudahan kita ada didalamnya.

Dengan taufiq dan hidayah Allah SWT, serta dilakukan dengan sungguh-sungguh, tugas akhir ini yang berjudul “**STRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGAN WADI’AH PERMATA PADA BMT PERMATA INDONESIA KOTA PEKANBARU**” dapat terselesaikan. Penulis menyusun tugas akhir ini dalam rangka memenuhi dan melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Perbankan Syariah di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Sepenuhnya penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini bukan semata-mata penulis pribadi, namun juga karena bantuan dan motivasi berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayahanda Aris dan Ibunda ku tercinta Robi’ah, tiada kata yang dapat ku ucapkan selain terima kasih yang tak terbalas untuk semua pengorbanan yang telah diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan kuliah dan tugas akhir ini, semoga Allah SWT memberikan usia yang penuh keberkahan dan membalas segala kebaikan kalian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Nurnasrina, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Afdhol Rinaldi, SE, M.Ec selaku dosen pembimbing atas kesediaannya memberikan waktu luang kepada penulis untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan-masukannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Bapak Khairul Amri, M.Ag selaku pembimbing akademik atas kesediaannya memberikan kemudahan untuk penulis.
7. Para Dosen Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis semasa kuliah, semoga amal kebbaikannya mendapat balasan di sisi Allah SWT.
8. Pimpinan dan Staf Perpustakaan Pusat dan Perpustakaan Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak membantu menyelesaikan tugas akhir ini dengan berbagai referensi.
9. Bapak Danang Yoga Pamungkas selaku pimpinan BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru, bapak Maulana dan Bapak Ardiansyah sebagai



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

marketing funding yang telah meluangkan waktu untuk membantu penulis melakukan penelitian serta memberikan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

10. Rekan-rekan angkatan 2017 yang selalu memberikan keceriaan, semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyusun tugas akhir ini

Akhirnya tiada untaian kata yang berharga kecuali ucapan Alhamdulillah Robbil ‘Alamiin atas Rahmat dan Karunia serta Ridha Allah SWT. Demikian ucapan terima kasih penulis haturkan kepada seluruh pihak, semoga kebaikan dan bantuan kepada penulis manjadi amal ibadah dan mendapat Ridha dari Allah SWT.

Penulis menyadari banyak kekurangan yang terdapat dalam pembuatan tugas akhir ini. Untuk itu kritik dan saran kiranya dapat lebih memperbaiki tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan khususnya bagi umat manusia. Semoga Allah SWT senantiasa meridhai aktivitas kita berjuang di jalan-Nya serta menjadikan kita semua sebagai hamba-Nya yang bahagia di dunia dan akhirat.

Pekanbaru, 27 Oktober 2020

penulis

M. Yatil Wada’i

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

COVER

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... ii

DAFTAR ISI..... v

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
E. Metode Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	8

BAB II GAMBARAN UMUM BMT PERMATA INDONESIA

A. Sejarah Berdirinya	10
B. Visi Misi BMT Permata Indonesia.....	11
C. Produk dan Jasa BMT Permata Indonesia.....	11
D. Struktur Organisasi BMT Permata Indonesia	15

BAB III LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi	16
B. Pengertian Promosi.....	17
C. Pengertian Produk	25
D. Pengertian <i>wadi'ah</i>	26
E. Rukun dan syarat <i>wadi'ah</i>	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. Implementasi strategi promosi produk wadiah terhadap BMT Permata Indonesia	31
B. Faktor Pendukung dan Hambatan dari Implementasi strategi promosi produk tabungan <i>Wadi'ah</i> terhadap BMT Permata Indonesia	32

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	35
B. Saran.....	35

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. Implementasi strategi promosi produk wadiah terhadap BMT Permata Indonesia	31
B. FasHambatan dari Implementasi strategi promosi produk tabungan Wadi'ah terhadap BMT Permata Indonesia	32

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	35
B. Saran	35

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Menurut Undang-undang No.7 Tahun 1992 tentang perbankan, bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Secara umum fungsi bank adalah sebagai intermediasi antara masyarakat yang kelebihan dana dan masyarakat yang kekurangan dana, serta memberi layanan dalam bentuk lalu lintas keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.² Apabila terdengar kata pemasaran sering kali dikaitkan oleh banyak pihak dengan penjualan (*sales*), *sales promotion girl*, iklan, promosi, atau produk. Bahkan sering kali orang menyamakan profesi marketer (pemasar) dengan sales (penjual). Namun sebenarnya pemasaran tidaklah sesempit yang diidentikkan oleh banyak orang, karena pemasaran berbeda dengan penjualan.

Pemasaran lebih merupakan “suatu seni menjual produk” sehingga pemasaran proses penjualan yang dinilai dari perancangan produk sampai dengan setelah produk tersebut terjual. Berbeda dengan penjual yang hanya berfokus pada terjadinya transaksi penjualan barang atau jasa. Secara umum

¹ Muhammad Nadrattuzaman, *Produk Keuangan Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 6

² Nurnasrina, *Perbankan Syariah*, (Pekanbaru: Suska Press, 2012), h.2



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasaran dapat diartikan sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.³ Bank syariah dalam menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan harus berprinsipkan syariah.

Tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini Dewan Syariah Nasional (DSN) telah mengeluarkan fatwa yang menyatakan bahwa tabungan yang dibenarkan adalah tabungan yang berdasarkan prinsip Wadi'ah. Dari banyaknya bank-bank syariah yang berkembang pada saat ini, BMT Permata Indonesia merupakan salah satu lembaga keuangan kegiatan utamanya adalah menghimpun dan menyalurkan dana untuk masyarakat. Berdirinya BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru selain didasari oleh tuntutan bermuamalat secara islami yang merupakan keinginan kuat dari sebagian umat islam di indonesia.

Demi mewujudkan perbankan yang terbaik, BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru selalu berpegang pada azas *profesionalisme*, keterbukaan dan kehati-hatian. Didukung oleh beragam produk dan fasilitas perbankan terkini, Salah satu produk yang dimiliki dari BMT Permata Indonesia yaitu Tabungan *Wadi'ah* Permata. Tabungan wadi'ah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadi'ah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.⁴ Pengertian ini

³ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.5

⁴ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), Cet. Ke-3, hal. 297.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjelaskan bahwa apabila ada kerusakan pada benda titipan, padahal benda tersebut sudah dijaga sebagaimana layaknya, maka sipenerima titipan tidak wajib menggantinya, tapi apabila kerusakan itu disebabkan karena kelalaiannya, maka ia wajib menggantinya.⁵

Wadi'ah adalah penitipan, yaitu akad seseorang kepada yang lain dengan menitipkan suatu benda untuk dijaganya secara layak (sebagaimana halnya kebiasaan).

Pada dasarnya prinsip *wadi'ah* terbagi dua, yaitu *wadia'ah yad dhamanah* dan *wadiah yad amanah*. Perinsip titipan yang diterapkan adalah *wadi'ah yad dhamanah* yang diterapkan pada produk rekening giro. *Wadi'ah yad dhamanah* adalah dimana pihak yang dititipkan (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga ia boleh memanfaatkan harta titipan tersebut, dan pihak bank boleh memberikan sedikit keuntungan yang didapat kepada nasabahnya dengan besaran berdasarkan kebijaksanaan pihak bank.

Wadi'ah yad amanah adalah harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh pihak yang di titipkan dengan alasan apapun, tetapi pihak yang dititipkan boleh mengenakan biaya kepada pihak yang menitipkan sebagai kontraprestasi atas penjagaan barang yang dititipkan.⁶ Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan tertarik untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

⁵ Nurnasrina dan P.Adiyes Putra, "*Kegiatan Usaha Bank Syariah*", (Yogyakarta: Kalimedia, 2018), Cet. Ke-2, hal. 34-35.

⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), Cet. Ke-1, hal. 136.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka penulis dengan amat tertarik dan dapat menuangkan hasil penelitian dalam Laporan Akhir ini dengan judul **“STRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGAN WADI’AH PADA BMT PERMATA INDONESIA KOTA PEKANBARU”**.

B. Batasan Masalah

Dalam penulisan ini agar lebih fokus kepada maksud dan tujuan maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti yaitu Strategi Promosi Produk Tabungan Wadi’ah pada BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Implementasi Strategi Promosi produk tabungan *Wadi’ah* pada BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru ?
2. Apa saja Hambatan dari Implementasi Strategi Promosi Produk Tabungan *Wadi’ah* pada BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui bagaimana Strategi Promosi Produk Tabungan Wadi’ah pada BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru.
 - b. Untuk mengetahui Implementasi Promosi Produk Tabungan Wadi’ah Permata pada BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Manfaat Penelitian

- a. Sebagai salah satu syarat untuk melengkapi dan mencapai gelar Ahli Madya Diploma Tiga (D.III) di Prodi Perbankan Syari'ah Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- b. Sebagai bahan masukan bagi pecinta ilmu pengetahuan.
- c. Sebagai bahan kajian untuk memperdalamkan dan memperluas pengetahuan penulis.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan. Adapun lokasi penelitian ini dilakukan di BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru. Alasan peneliti mengambil lokasi ini adalah karna tempatnya memiliki berbagai produk yang penulis bisa melakukan penelitian.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek pada penelitian ini adalah karyawan BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru bagian *marketing funding*.
- b. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah Strategi Pemasaran Produk Tabungan Wadi'ah Permata pada BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas Objek atau Subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulan.⁷ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru yang berjumlah 7 karyawan yang terdiri dari 1 pemimpin dan 6 karyawan.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu penulis ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tau tentang apa yang kita butuhkan, atau sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek yang diteliti.⁸

Maka yang akan menjadi sampel dalam peneliti ini saya mengambil sebanyak 3 (tiga) orang, yang terdiri dari 1 (satu) orang bagian manajer marketing, 2 (dua) orang bagian marketing funding.

⁷ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: ALFABETA, cv 2012)h.117

⁸ Burhan Ashofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h.26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Sumber Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. Data primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lapangan berupa tanggapan responden yang diperoleh melalui observasi, dan wawancara dengan *Marketing Funding* BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru.

- b. Data sekunder

Yaitu data pendukung yang penulis dapatkan dari literatur yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti. Data sekunder ini disebut juga dengan data tersedia.

5. Teknik pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data yang berkenaan dengan judul penelitian penulis menggunakan jenis pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Observasi, adalah pengumpulan data yang diperoleh dengan melakukan pengamatan langsung dilapangan untuk mendapatkan gambaran secara langsung tentang kegiatan yang akan diteliti.⁹
- b. Wawancara atau *Interview* merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh keterangan secara lisan guna mencapai tujuan tertentu.¹⁰

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: PT. Alfabeta, 2011), h. 166

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif yaitu menganalisa data dengan cara menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya, dan membandingkan antara praktek dan teori yang ada, sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan dan disajikan dalam bentuk laporan.¹¹

7. Teknik Penulisan

- a. Deduktif, yaitu memaparkan data-data yang bersifat umum yang ada kaitannya dengan tulisan, kemudian diambil kesimpulan bersifat khusus.
- b. Induktif, yaitu mengumpulkan data-data yang bersifat khusus yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti kemudian mengambil kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif, yaitu menguraikan data-data yang diperoleh, kemudian data tersebut dianalisis.

F. Sistematika Penulisan

Adapun dalam penulisan ini penulis menyajikan dan memakai sistematika lima Bab yaitu:

¹⁰ Burhan Ashofa, *Opcit*, hlm.26.

¹¹ Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), hlm 42



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I : PENDAHULUAN

Terdiri dari Latar belakang masalah, Batasan masalah, Rumusan masalah, Tujuan dan manfaat penelitian, Metode penelitian, dan Sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM

Yang berisi Sejarah Berdirinya BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru, Visi dan Misi BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru, produk dan jasa, serta Struktur Organisasi BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru.

BAB III : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang pengertian strategi, promosi, produk, dan tabungan *wadi'ah*.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang Implementasi Strategi Promosi Tabungan *Wadi'ah* Permata, dan Apa saja Hambatan Implementasi Promosi Produk Tabungan *Wadi'ah* Permata BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru

BMT PERMATA INDONESIA berdiri pada tahun 2012 dengan badan hukum no: **719/BH/IV.II/DISKOP UMKM/2/VII/2012** dengan pengawas syariah adalah dekisyah hendra, AMD dan desrino, s.pi. BMT Permata Indonesia merupakan unit sosial koperasi syariah yang menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Saat ini anggota BMT Permata Indonesia berjumlah (99) sembilan puluh sembilan orang dan memiliki nasabah kurang lebih (127) seratus dua puluh tujuh orang.

BMT Permata Indonesia pernah mengalami krisis pada tahun 2017 dikarenakan pimpinan Bmt permata Indonesia mengalami sakit yang cukup lama, BMT Permata Indonesia sempat berhenti beroperasi dikarenakan karyawan banyak yang mengundurkan diri sebab karyawan berfikir negatif terhadap BMT Permata Indonesia untuk kedepannya.

Pada tahun 2018 BMT Permata Indonesia kembali beroperasi dan merekrut karyawan baru mengulang pekerjaan yang ditinggalkan oleh karyawan yang lama mengulang kembali BMT Permata Indonesia dari awal. Seiring berjalannya waktu BMT permata Indonesia tidak hanya melayani pembiayaan bagi anggota saja tetapi banyak produk yang dibuat yaitu: simpanan dan pembiayaan bagi nasabah, BMT Permata Indonesia bekerja sama dengan Bank Riau Kepri yang bertujuan untuk meningkatkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pendapatan BMT tersebut. Alamat BMT Permata Indonesia atau berada di jalan rawamangun NO.67, Kelurahan tangkerang labuai. kecamatan bukit raya, Pekanbaru, Riau.

B. Visi dan Misi BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru

VISI :

Menebarkan rahmat dan memberi pelayanan kesesama menuju kemandirian, kesejahteraan dan kemuliaan umat manusia yang dilandasi iman dan takwa melalui kemakmuran hidup dalam miniatur syurgawi.

MISI:

1. Meningkatkan kaum lemah (dhuafa) dan kebodohan dan kemiskinan menuju kemuliaan dan kesejahteraan dengan mengoptimalkan pengelolaan zakat secara produktif.
2. Mensinergikan potensi mustashik berupa keahlian /keterampilan dengan potensi dana Baitul Maal menghasilkan potensi ekonomi yang bermanfaat bagi mustashik.
3. Melakukan pembinaan mental dan spiritual mustashik menjadi insan yang mulia dan sejahtera dunia akhirat.

C. Produk dan jasa BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru

1. Produk simpanan/tabungan

Menurut undang-undang no 10 tahun 1998 tentang perbankan, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang di sepakati, tapi tidak bisa di tarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan itu. Adapun beberapa produk simpana yang di miliki oleh Bmt permata Indonesia yaitu:

a. Tabungan *wadiah* Permata

Tabungan permata wadiah adalah simpanan murni yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja dengan menggunakan cek dan buku tabungan

b. Tabungan haji dan umrah (*baitullah*)

Tabungan haji dan umrah adalah tabungan yang di peruntuhkan untuk nasabah yang ingin berangkat haji atau umrah saja tabungan ini hanya dapat diambil apabila nasabah tersebut akan berangkat haji atau umrah, dan tidak oleh digunakan untuk kepentingan lain kecuali dalam hal yang mendesak.

c. Tabungan kurban (*taqorub*)

Sama halnya dengan tabungan haji, tabungan kurban hanya dapat di ambil apabila sudah mendekati hari lebaran haji atau bisa juga hewan kurban di belikan oleh penghimpun dana.

d. Tabungan hari raya (THR)

Tabungan hari raya adalah tabungan yang digunakan untuk memberikan tunjangan kepada karyawan atau bisa juga diambil apabila pemilik dana ingin mengamil tabungannya tersebut dengan ketentuan hanya di gunakan untuk memberikan tunjangan hari raya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Tabungan siswa cemerlang

Tabungan siswa cemerlang adalah tabungan yang hanya bisa diambil ketika memasuki ajaran baru.

f. Tabungan wisata religi

Tabungan wisata religi adalah tabungan yang digunakan untuk berpergian dalam bentuk kerohanian saja.

g. Tabungan mudharabah berjangka (deposito)

Deposito adalah tabungan berjangka yang di ujung mendapatkan bagi hasil.

2. Produk pembiayaan

Pada Bmt permata indonesia ada beberapa produk pembiayaan yaitu :

- a. *Murabaha* (jual beli)
- b. *Mudharabah /musyarakah* (kerjasama atau bagi hasil)
- c. *Ijarah* (sewa)
- d. *Qordh* (pinjaman)

3. Program penyaluran dan pemberdayaan

- a. Program bina usaha *dhufa*
- b. Program beasiswa pendidikan *dhuaqa*
- c. Program beasiswa *tafaquh fiddin*
- d. Program santunan kesehatan *dhuaqa*
- e. Program tanggap bencana dan kemanusiaan
- f. Program peduli janda dan lansia

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Struktur Organisasi BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru

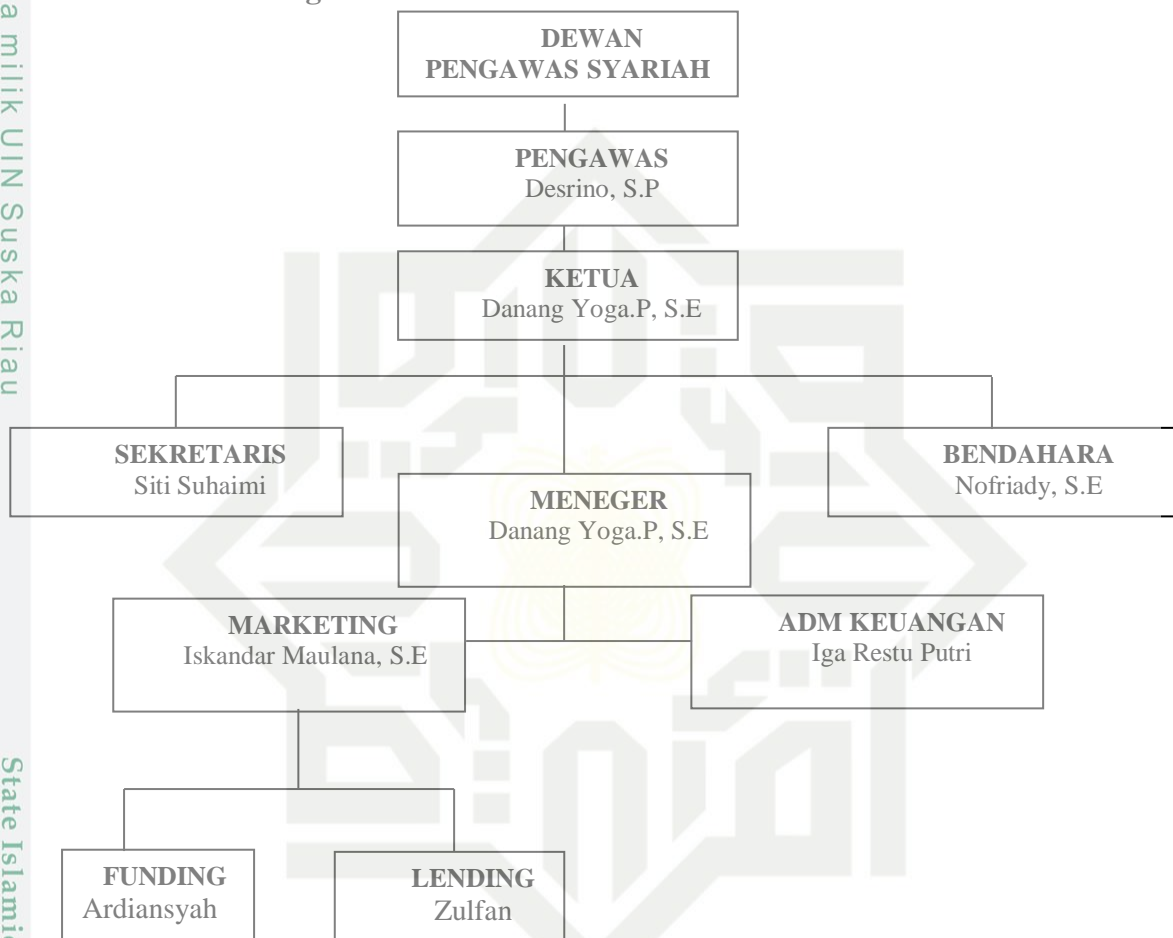
Struktur organisasi menggambarkan suatu kerangka yang menunjukkan tugas dan kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Struktur organisasi juga menjelaskan hubungan antara fungsi, wewenang dan tanggung jawab tiap-tiap bagian atau departemen atas pekerjaan yang ditugaskan. Struktur organisasi yang baik haruslah sederhana, *fleksibel* dan menggambarkan adanya pemisahan tugas yang tepat serta wewenang dan tanggung jawab yang jelas untuk sebagian atau departemen yang terdapat dalam perusahaan. Suatu perusahaan dan perusahaan lain mempunyai struktur yang berbeda.

Hal ini disebabkan oleh factor-faktor seperti jenis perusahaan, besar perusahaan dan sebagainya. Berkat adanya susunan organisasi yang baik dan jabatan tertinggi dan jabatan yang bergabung dalam organisasi akan dapat berjalan dengan lancar, efektif dan efisien. Dengan demikian tujuan yang diharapkan oleh pemisahan dapat tercapai dalam jangka waktu tertentu dan memaksimalkan profil yang diharapkan.

Struktur organisasi perlu diperhatikan dalam penyusunannya, hal ini untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien pula. Adapun bagan struktur organisasi BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru dapat di lihat pada gambar berikut :

Tabel II.1

Struktur organisasi BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Strategi

Para pelopor konsep strategi memberikan definisi tentang strategi, secara umum strategi didefinisikan sebagai cara untuk mencapai suatu tujuan.¹² Adapun definisi tersebut yaitu:

1. Strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang perusahaan diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
2. Strategi adalah pola, sasaran, tujuan, dan kebijakan/rencana umum untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan, yang dinyatakan dengan mendefinisikan apa bisnis yang dijalankan oleh perusahaan, atau yang seharusnya dijalankan oleh perusahaan, atau yang seharusnya dijalankan oleh perusahaan.
3. Strategi yaitu menentukan kerangka kerja dari aktivitas bisnis perusahaan dan memberikan pedoman untuk mengkoordinasi aktivitas, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan dan mempengaruhi lingkungan yang selalu berubah. Strategi mengatakan dengan jelas lingkungan yang diinginkan oleh perusahaan dan jenis organisasi seperti apa yang hendak dijalankan.

Menurut Quinn strategi adalah pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan, kebijakan dan aksi utama dalam hubungan yang

¹² Arif yusuf hamali, "Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan" (Jakarta: Kencana.2016), h.16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kohesif. Suatu strategi yang baik akan membantu organisasi dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki dalam bentuk unik berbasis kompetensi internal serta kemampuan mengantisipasi lingkungan. Menurut Anthony, Parrewe dan Kacmar strategi dapat didefinisikan sebagai formulasi misi dan tujuan organisasi, termasuk di dalamnya adalah rencana aksi (action plans) untuk mencapai tujuan tersebut dengan cara eksplisit mempertimbangkan kondisi persaingan dan pengaruh-pengaruh kekuatan di luar organisasi yang secara langsung atau tidak berpengaruh terhadap kelangsungan organisasi.¹³

Strategi adalah ilmu perencanaan dan penentuan arah operasi operasi bisnis berskala besar, menggerakkan semua sumberdaya perusahaan yang dapat menguntungkan secara aktual dalam bisnis, Jhon A Bryne mendefinisikan strategi adalah sebuah pola yang mendasar dari sasaran dan direncanakan, penyebaran sumber daya dan interaksi organisasi dengan pasar, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan.¹⁴

B. Promosi

1. Pengertian promosi

Promosi adalah kegiatan *marketing mix* yang terakhir setelah produk, harga, dan tempat, serta inilah yang paling sering diidentikkan sebagai aktivitas pemasaran dalam arti sempit.¹⁵ Pemasaran berhubungan dan berkaitan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan

¹³ e-journal.uajy.ac.id diakses pada tanggal 8 Agustus 2020

¹⁴ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), h.29

¹⁵ M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.169

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

manusia dan masyarakat. Salah satu dari definisi pemasaran yang terpendek “memenuhi kebutuhan secara menguntungkan”.

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang termasuk penting selain produk, harga dan lokasi.¹⁶ Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk memperoleh seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa adanya promosi, nasabah tidak akan mengenal dan mengetahui bank beserta produkproduknya. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.

Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya.

Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Empat macam promosi yang dapat digunakan perusahaan dalam mempromosikan produk maupun jasanya, yaitu:

- a. Periklanan (*advertising*)
- b. Promosi penjualan (*sales promotion*)
- c. Publisitas (*publicity*); dan
- d. Penjualan pribadi (*personal selling*).

¹⁶ Arif Yusuf Hamali, Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan, (Jakarta:Prenada Media Group, 2016), h. 206

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon konsumen. Adapun media yang digunakan dalam mempromosikan suatu barang maupun jasa:

- a. Pemasangan *billboard* di jalan-jalan tertentu
- b. Pencetakan brosur, baik disebar di setiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan
- c. Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis
- d. Pemasangan iklan melalui koran, majalah, televisi, maupun radio.¹⁷

Kegiatan promosi lainnya yang dapat dilakukan adalah melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Adapun promosi penjualan yang dapat dilakukan, yaitu:

- a. Pemberian harga khusus atau potongan harga (*discount*) untuk produk tertentu
- b. Pemberian undian kepada setiap pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu
- c. Pemberian cenderamata, serta kenang-kenangan lainnya kepada konsumen yang loyal; dan
- d. Promosi dan penjualan lainnya.¹⁸

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas adalah kegiatan promosi untuk memancing calon pelanggan melalui kegiatan pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya. Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau personal selling, yang dilakukan oleh salesman dan

¹⁷ Ibid, h. 207

¹⁸ Ibid, h. 208

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

salesgirl. Sedangkan kegiatan personal selling di dunia perbankan dilakukan oleh petugas customer service atau service assistance.¹⁹

2. Tujuan Promosi

Tujuan dari promosi adalah menginformasikan, dan membujuk. Serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara rinci tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Menginformasikan (*informing*), dapat berupa :
 1. Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru
 2. Memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk
 3. Menyampaikan perubahan harga kepada pasar
 4. Menjelaskan cara kerja suatu produk
 5. Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan
 6. Meluruskan kesan yang keliru
 7. Mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli
 8. Membangun citra perusahaan
- b. Membujuk pelanggan sasaran (*Persuading*) untuk :
 1. Membentuk pilihan merek
 2. Mengalihkan pilihan ke merek tertentu
 3. Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk
 4. Mendorong pembeli untuk membeli saat itu juga

¹⁹ Ibid, h. 209

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan miraniaga (*Sales-Man*).

c. Mengingat (*Reminding*), dapat terdiri atas :

1. Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat
2. Mengingat pembeli akan tempat – tempat yang menjual produk perusahaan
3. Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan
4. Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan. Misalnya bila pembeli ini membeli sabun mandi, diharapkan ingatan pertamanya adalah merek Lux.

3. Bauran Promosi

Bauran promosi ialah kombinasi empat komponen promosi yang mencakup iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan publikasi. Sebuah promosi yang efektif membutuhkan diferensiasi produk, segmentasi pasar, melakukan jual beli, dan memberi merek. Oleh karena itu, pembuatan bauran promosi yang efektif menyangkut pengambilan putusan-putusan strategis.²⁰ Komponen-komponen bauran promosi terdiri atas beberapa komponen utama, yaitu :

²⁰ Ari Setyaningrum, Jusuf Udaya dan Efendi, "Prinsip-Prinsip Pemasaran", (Yogyakarta: Andi Offses, 2015), h.232

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Periklanan (*Adversiting*)

Iklan adalah sarana .promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti lewat :

1. Pemasangan billboard (papan nama) di jalan-jalan strategis
2. Percetakan brosur baik disebarakan disetiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan
3. Pemasangan spanduk di lokasi tertentu yang strategis
4. Melalui koran
5. Melalui majalah
6. Melalui televisi
7. Melalui radio.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan jalan menjual secara langsung kepada pelanggan.kegiatan promosi penjualan bisa berupa pemberian diskon, pemberian vocher, belanja produk, pemberian hadiah langsung, contoh produk atau kegiatan kontes. Dalam industri perbankan, promosi penjualan biasanya dilakukan dengan kegiatan-kegiatan seperti:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Pemberian bunga khusus (special rate)
2. Pemberian insentif bagi nasabah dengan jumlah tertentu.
3. Pemberian hadiah atau souvenir langsung untuk setiap pembukaan rekening baru.
4. Pemberian kupon undian untuk hadiah promosi.²¹

c. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Dalam dunia perbankan penjualan pribadi lebih banyak dilakukan oleh petugas customer service atau service assistensi. Dalam hal ini customer service memegang peranan sebagai pembinaan hubungan dengan masyarakat atau public relation. Oleh karna itu, Adapun tugas *customer service* yang benar-benar dipahami sehingga seorang *customer service* dapat menjalankan tugasnya dan dalam praktiknya harus bisa untuk meyakinkan nasabahnya :

1. Memberikan informasi tentang seluruh produk dan jasa yang ada di bank bersangkutan.
2. Melayani nasabah dalam segala hal kebutuhannya.
3. Membantu nasabah mengatasi setiap masalah yang ada serta mencari jalan keduanya.
4. Mampu meyakinkan nasabahnya.²²

d. Publisitas (*Publicity*)

Publisitas adalah suatu cara merangsang timbulnya permintaan yang bersifat impersonal terhadap suatu produk, jasa atau ide dengan cara

²¹ *Ibid*, h.73

²² *Ibid*, ha. 76

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memasang berita komersial di mass media dan tidak di bayar langsung oleh suatu sponsor. Kegiatan-kegiatan hubungan masyarakat dapat memberikan kontribusi yang penting bagi strategi promosi jika kegiatan-kegiatan tersebut direncanakan dan dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan promosi tertentu.

Hubungan masyarakat juga digunakan untuk tujuan-tujuan organisasi lainnya seperti komunikasi dengan para analis keuangan). Karena organisasi tidak membeli liputan media, maka publisitas merupakan cara berkomunikasi yang relatif murah. Media umumnya menyukai topik-topik yang diminati masyarakat.²³

e. Sasaran Promosi

Meskipun tujuan promosi yang digambarkan di atas merupakan panduan untuk menciptakan permintaan, namun tujuan promosi tersebut tidak mempunyai unsur mendesak yang akan membantu perusahaan dalam pencapaian sasaran. Tetapi kegiatan tersebut harus menentukan secara jelas kapan perusahaan akan melakukan dan beberapa banyak dari apa untuk mencapainya. Artinya perusahaan harus menentukan jelas sasaran promosi yang ingin dicapai. Adapun tindakan sasaran promosi yang lebih spesifik dan berorientasi, yaitu:

1. Sasaran penjualan, harus ditetapkan secara jelas dengan mencantumkan secara spesifik kenaikan penjualan dari produk tertentu.

²³ *Ibid*, ha.78

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Sasaran konsumen, kegiatan promosi yang akan dilakukan dengan alternatif tujuan promosi yang telah ditetapkan, tentunya harus dilengkapi secara jelas sasaran konsumen (audiens) yang akan dituju dari kegiatan promosi yang akan dilakukan.²⁴

C. Pengertian produk

Pengertian sempit dari produk adalah sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berwujud yang dihimpun dalam suatu bentuk yang serupa dan telah dikenal. Sementara pengertian luas produk adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud (tangible) dan tidak berwujud (intangible) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise dan pelayanan yang diberikan produsen yang dapat diterima oleh konsumen sebagai kepuasan yang ditawarkan terhadap keinginan atau kebutuhan konsumen.

Pengertian produk menurut Philip Kotler adalah “sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan”. Pengertian umum produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan. Sementara produk yang berupa jasa dapat diartikan sebagai kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.²⁵

²⁴ Marius.P Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT GrafindoRaja Persada, 2002), Cet. Ke-2, h.341

²⁵ M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung:Alfabeta, 2010), h.169



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Tabungan *Wadi'ah*

1. Pengertian tabungan wadiah

Dalam bahasa fiqh, wadiah dikenal sebagai barang titipan. Menurut bahasa. Al-wadi'ah adalah sesuatu yang ditempatkan bukan pada pemiliknya agar dijaga. Menurut syafi'iyah, *wadia'ah* adalah akad yang dilaksanakan untuk menjaga sesuatu yang dititipkan. Sedangkan menurut antonio, wadi'ah merupakan titipan murni dari satu pihak kepada pihak lain, baik individu atau badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja sipenitip menghendakinya.²⁶

Tabungan *wadi'ah* adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, ketentuan umum tentang penarikan tabungan adalah melalui buku tabungan dan kartu ATM tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet, giro dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.²⁷

Dari beberapa pengertian dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan wadi'ah adalah penitipan, yaitu akad yang dilakukan seseorang kepada pihak lain dengan menitipkan suatu benda untuk dijaganya secara layak. Maka dapat dipahami bahwa apabila ada kerusakan pada benda titipan, padahal benda tersebut sudah dijaga sebagaimana layaknya, maka sopenerima tidak wajib menggantinya, tapi apabila kerusakan itu

²⁶ Nurnasrina dan P.Adiyes Putra, *Opcit*, h..34

²⁷ Nurnasrina, *Opcit*, h.107



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disebabkan karna kelalaiannya, maka wajib menggantinya. Dengan demikian akad *wadi'ah* ini mengandung unsur amanah dan kepercayaan.²⁸

Fatwa DSN-MUI tentang tabungan dengan akad *wadi'ah* diatur oleh Fatwa DSN-MUI No.2 tentang Tabungan dengan ketentuan pokok

Pertama : tabungan ada dua jenis:

- a. Tabungan yang tidak dibenarkan secara syari'ah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga.
- b. Tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.

Kedua : ketentuan umum Tabungan berdasarkan Wadi'ah:

- a. Bersifat simpanan.
- b. Simpanan bisa diambil kapan saja (*On call*) atau berdasarkan kesepakatan.
- c. Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian (*'athaya*) yang bersifat sukarela dari pihak bank.²⁹

2. Landasan Hukum *Wadi'ah*

a. Dalil Al-Qur'an

Al-wadi'ah adalah amanat bagi orang yang menerima titipan dan ia wajib mengembalikannya pada waktu pemilik meminta kembali.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

²⁸ Nurnasrina dan P.Adiyes Putra, *Opcit*, h.35

²⁹ Nurnasrina, *Opcit*, h.106-107



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya : *Sesungguhnya Allah menyuruh kalian menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kalian) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kalian menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepada kalian. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.* (QS.An-Nisa [4] :58)³⁰

Dan surat Al-Baqarah:238

حَافِظُوا عَلَى الصَّلَوَاتِ وَالصَّلَاةِ الْوُسْطَى وَقُومُوا لِلَّهِ قَانِتِينَ

Artinya : “*Peliharalah semua shalat(mu), dan (peliharalah) shalat wusthaa. Berdirilah untuk Allah (dalam shalatmu) dengan khusy*”. (QS.AL-Baqarah[2] :238)³¹

3. Macam – macam *Wadi'ah*

Pada pelaksanaannya, wadi'ah terdiri dari dua jenis yaitu :

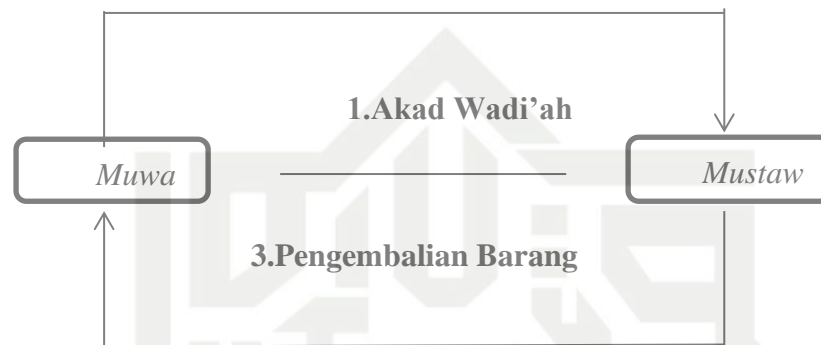
- a. *Wadi'ah yad amanah* merupakan transaksi penitipan barang/uang ketika pihak penerima titipan tidak boleh diperkenankan menggunakan barang/uang yang dititipkan dan tidak bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima titipan.³²

³⁰ Al-Quran, Surah An-Nisa ayat 58.

³¹ Al-Quran, Surah Al-Baqarah ayat ke-238

³² Nurnasrina, *Ibid*, h.86

Gambar III.1

Skema *Wadi'ah Yad Amanah*

- b. Sedangkan Wadi'ah yad dha-dhamanah berbeda dengan wadi'ah yad al-amanah yang tidak boleh dipergunakan dan dimanfaatkan penerima titipan, wadi'ah yad dha-dhamanah merupakan barang/uang yang diperbolehkan menggunakan dan memanfaatkan barang yang titipkan dengan ketentuan penerima titipan harus menjaga agar barang titipan tidak hilang atau rusak. Jika setelah menggunakan barang/uang titipan si penitip itu si penyimpan mendapat keuntungan, maka seluruh keuntungan tersebut menjadi miliknya. Sebagai imbalan kepada pemilik barang, penyimpan dapat memberikan semacam insentif atau bonus yang tidak dipersyaratkan sebelumnya.³³

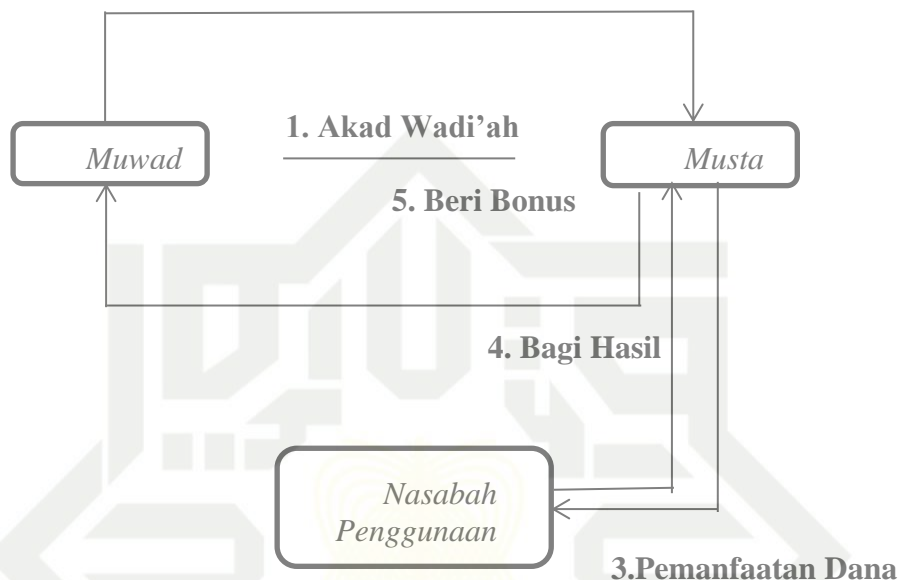
³³ Nurnasrina dan P.Adiyes Putra, *Opcit*, h.37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar III.2

Skema Wadi'ah Yad Dha-Dhamanah



4. Rukun dan Syarat Wadi'ah

- a. Rukun akad Wadi'ah yang harus dipenuhi dalam transaksi adalah sebagai berikut :³⁴
 - 1) Pelaku akad, yaitu penitip (muwaddi) dan penyimpan/penerima titipan (mustawda").
 - 2) Objek akad, yaitu barang yang dititipkan.
 - 3) Shighah, yaitu ijab dan qabul.
- b. Syarat akad Wadi'ah yang harus dipenuhi adalah syarat bonus sebagai berikut :
 - 1) Bonus merupakan kebijakan penyimpan, dan
 - 2) Bonus tidak disyaratkan sebelumnya.

³⁴ Ascarya, Akad & Produk Bank Syariah, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), h.42



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Implementasi strategi promosi produk tabungan wadi'ah dengan lima jenis promosi yang biasa disebut bauran promosi yaitu iklan (*advertising*), penjualan tatap muka (*personal selling*), promosi penjualan (*sales promotion*), hubungan masyarakat dan publisitas (*publisity and public relation*), serta pemasaran langsung (*direct marketing*) untuk memperkenalkan produk yang ditawarkan. Dalam mewujudkan strategi dibutuhkan penerapan yang baik, yakni dengan adanya kerja sama antara karyawan, penerapan strategi yang dilakukan oleh BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru yakni seperti halnya dengan sistem jemput bola, dengan aplikasi ini maka BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru akan lebih banyak lagi dalam mendapatkan nasabah.
2. Letak lokasi yang sangat strategis sehingga mudah diketahui oleh masyarakat dilingkungan BMT. Salahsatu pengurus BMT adalah Bapak wakil Walikota Pekanbaru, dengan demikian akan dengan mudah masyarakat percaya untuk menyimpan uangnya kepada BMT Permata Indonesia.
3. Kurangnya pemahaman masyarakat terhadap prinsi-prinsip syariah, terutama yang digunakan pada produk *wadi'ah* serta tidak semua calon nasabah merespon dengan baik saat marketing memasarkan produk *wadiah*.

B. Saran

Setelah dilakukan penelitian oleh penulis pada BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru, penulis mencoba untuk memberikan saran yaitu sebagai berikut:

1. Agar dapat meningkatkan strategi promosi produk-produk yang ditawarkan oleh BMT Permata Indonesia guna meningkatkan kepercayaan masyarakat khususnya produk tabungan *wadi'ah*, maka BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru perlu meningkatkan kualitas promosi yang diberikan kepada masyarakat diantaranya di media massa maupun di media cetak, serta dilakukan sosialisasi secara berkala kepada calon nasabah dan masyarakat.
2. Agar lebih meningkatkan rasa puas kepada nasabah melalui mutu pelayanan yang berkualitas serta mampu meningkatkan kinerja guna melindungi pemangku kepentingan BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru serta saling bahu membahu dan bekerja keras untuk mewujudkan tujuan BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru yaitu bank syariah kebanggaan bangsa.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007)
- Ascarya, *"Akad & Produk Bank Syariah"*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010)
- Burhan Ashofa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)
- e-journal.uajy.ac.id diakses pada tanggal 8 Agustus 2020
- Emzir, *Metodologi Penelitian Analisis Data*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012)
- Hadi Sutrisno, *Metode Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011)
- Hamali Arif yusuf, *"Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan"* (Jakarta: Kencana.2016)
- Hasan Ali, *"Marketing Bank Syariah"*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010)
- <https://www.rumahfiqh.com/y.php?id=473> , 8 Juli , Pukul 14.20.
- Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015)
- Karim, Adiwarman A. *Bank Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014)
- Karim, Adiwarman A. *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011)
- M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Maulana , Wawancara Pribadi, (BMT Permata Indonesia kota Pekanbaru 09 juli 2020).

Nadrattuzaman Muhammad, Produk Keuangan Islam, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012)

Nurnasrina, Perbankan Syariah, (Pekanbaru: Suska Press, 2012)

Nurnasrina dan P.Adiyes Putra, “Kegiatan Usaha Bank Syariah”, (Yogyakarta:Kalimedia, 2018)

Nur Rianto Al Arif, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung: Alfabeta, 2012)

Rianto M. Nur, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung:Alfabeta, 2010)

Setiyaningrum Ari, Jusuf Udaya dan Efendi,”*Prinsip-Prinsip Pemasaran*”,(Yogyakarta: Andi Offses,2015)

Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: PT. Alfabeta, 2011)

Supriyono Maryanto, *Buku Pintar Perbankan dilengkapi dengan studi kasus dan kamus istilah perbankan*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset,2011)

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul “STRATEGI PROMOSI PRODUK TABUNGAN WADIAH PERMATA PADA BMT PERMATA INDONESIA KOTA PEKANBARU” yang ditulis oleh :

Nama : M. YATIL WADA'I
NIM : 01720615200
Program Studi : Ilmu Hukum

Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.


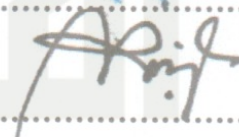
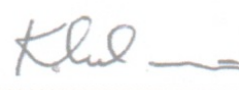
Pekanbaru, Desember 2020 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. H. Zainal Arifin, M.Ag

Sekretaris
Dra. Nurlaili, M.Si

Penguji I
Dr. Nurnasrina, SE., M.Si

Penguji II
Hairul Amri, M.Ag


.....

.....

.....

Mengetahui,
Kepala Sub Bagian Akademik
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag

NIP. 19750801 200701 1 023



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



Penulis bernama **M. Yatil Wada'I**, anak kedua dari dua bersaudara yang lahir pada tanggal 08 Juli 1999 dari pasangan ayahanda Aris dan ibunda Robi'ah. Dan memiliki dua saudara bersaudara kandung yaitu Zuhrina, A.Md., Str. Keb,

Penulis mengawali pendidikan tahun 2005 SDN 001 Pendalian IV Koto Kabupaten Roakn Hulu, Riau. lulus tahun 2011, kemudian pada tahun 2011 penulis melanjutkan pendidikan Ponpes Al-Karomah Aidarusy dan lulus tahun 2014, pada tahun itu juga penulis melanjutkan pendidikan selanjutnya ke jenjang MA Al-Karomah Aidarusy kemudian lulus pada tahun 2017.

Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau angkatan 2017 di fakultas Syariah dan Hukum Ahli Madya (A.Md) selanjutnya penulis melakukan PKL di BMT Permata Indonesia Kota Pekanbaru. Hingga akhirnya, pada tanggal 19 November penulis mengikuti ujian Sidang Tugas Akhir di Fakultas Syariah dan Hukum dan dinyatakan "LULUS" dengan predikat "Sangat Memuaskan" serta mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md).

UIN SUSKA RIAU